

ASFOPRESTIGE  
by Asforest

Formation  
&  
*Conseil*

Tourisme - Hôtellerie - Restauration



# Collections

Fort de nos nombreuses années à vos côtés, dans la joie comme dans les périodes les plus difficiles, c'est aujourd'hui avec un immense plaisir qu'ASFOPRESTIGE vous présente ses collections à destination des établissements haut de gamme et de prestige du secteur tourisme.

Expérience Signature, Promesse Relationnelle, Culture Prestige et Arts de la Table sont conçues pour répondre à vos enjeux les plus actuels : recevoir, rassurer, émerveiller et fidéliser une clientèle toujours plus exigeante dans un contexte plus qu'incertain.

Aussi, plus que jamais, investir dans la formation, c'est investir dans l'humain et donc dans vos équipes, celles dont les talents combinés permettent de diffuser cette culture et ces valeurs si chères qui sont les vôtres.

Mamba DIALLO  
Directeur général ASFOREST



# Sommaire

- Collection 1 - Expérience Signature 5
- Collection 2 - Promesse Relationnelle 17
- Collection 3 - Culture Prestige 29
- Collection 4 - Arts de la Table 39



Collection 1

# Expérience *Signature*

La collection Expérience Signature est pensée pour aller au-delà du concept de marque et ainsi permettre à votre établissement de faire vivre et revivre une expérience unique et mémorable à vos clients. Grâce à une Excellence service authentique et inégalable, votre Expérience Signature surprendra vos clients à chaque visite pour susciter toujours plus d'émotions.

ASFOPRESTIGE

*Offrir*

## une Expérience Signature inoubliable

---

Pour toucher au cœur vos clients, leur faire vivre une expérience qu'ils ne pourront oublier, une véritable réflexion sur votre design de service doit être menée collectivement.

---

### Objectifs de la formation

- ◊ Comprendre l'Expérience client et les enjeux d'une telle stratégie ;
- ◊ Promouvoir une mobilisation des équipes centrée sur l'Expérience client ;
- ◊ Concevoir et valoriser le parcours client, comme signature de votre établissement.

### Éléments du programme

- ◊ De la relation client à l'Expérience client ;
- ◊ La force de la séduction et des émotions pour susciter l'inoubliable ;
- ◊ L'adaptation de la Signature Etablissement à la culture d'entreprise ;
- ◊ Le design de service, levier incontournable de l'Expérience client ;
- ◊ La conception d'un parcours client et sa mise en pratique ;
- ◊ Le management de l'Expérience client.

---

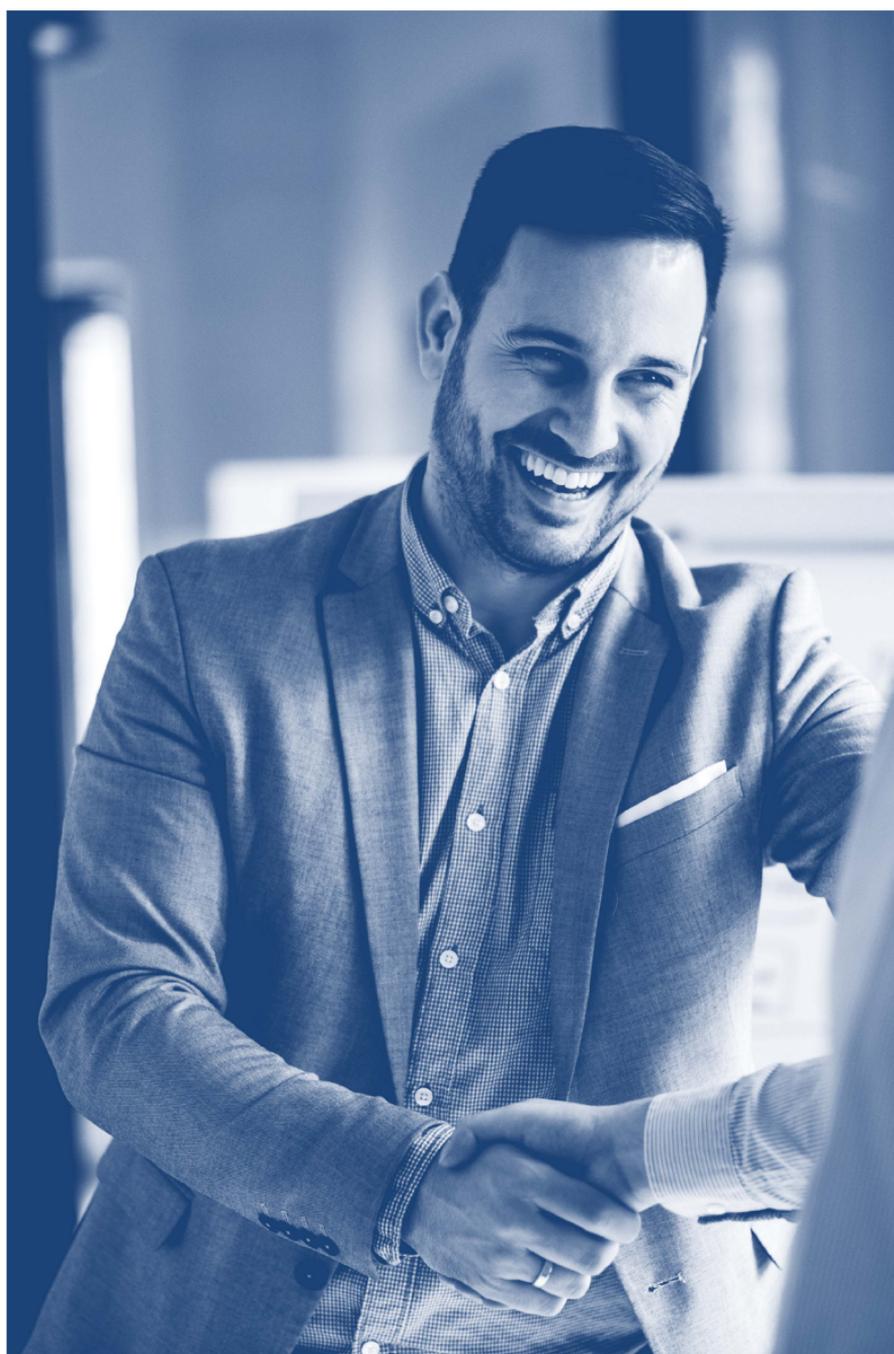
**Public Concerné** Equipes opérationnelles

**Durée de la formation** 7 heures



*Toucher*

**le cœur de vos clients  
avec plaisir et émotion**



---

Une Expérience client personnalisée est fondamentale pour établir une relation durable et privilégiée avec la clientèle prestige. Dans les moments de vérité, mettons l'émotion au coeur de la relation !

---

## Objectifs de la formation

- ◊ Instaurer une relation de confiance, privilégiée et unique avec chaque client ;
- ◊ Faire vivre à vos clients une expérience émotionnelle rare et mémorable ;
- ◊ Développer votre capacité d'adaptation pour personnaliser la relation client.

## Éléments du programme

- ◊ Les mécanismes de la satisfaction client ;
- ◊ Les moments-clés de l'Expérience client ;
- ◊ Les clés de l'écoute active pour synchroniser sa posture avec le ressenti client ;
- ◊ L'importance du langage para-verbal et non-verbal ;
- ◊ L'entrée en relation par ses attitudes, regards, paroles, gestes... ;
- ◊ La transformation d'un imprévu en opportunité de satisfaction client.

---

**Public Concerné** Equipes opérationnelles

**Durée de la formation** 14 heures

# *Deployer* **une offre marketing immersive et humaine**

---

L'environnement et l'aménagement de votre établissement sont pensés pour accueillir et enchainer vos clients, mais trop rarement pour créer une Expérience Signature immersive favorisant l'étonnement perpétuel, les ventes, et la fidélisation.

---

## **Objectifs de la formation**

- ◊ Transformer une expérience de vente en Expérience client créative ;
- ◊ Mettre en scène vos espaces, vos cartes, vos offres pour susciter l'envie d'acheter, de consommer et fidéliser vos clients ;
- ◊ Séduire vos clients en donnant du sens aux ventes additionnelles et croisées.

## **Éléments du programme**

- ◊ La refonte de l'offre commerciale au service d'une Expérience Client immersive ;
- ◊ La mise en valeur des espaces pour proposer d'autres services ;
- ◊ L'organisation de boutiques au milieu de l'établissement : exposition, librairie, ... ;
- ◊ La diversification des canaux de communication en intégrant du digital ;
- ◊ Le renouvellement régulier des offres pour susciter le besoin ;
- ◊ Le développement de nouveaux concepts connexes à votre concept signature.

---

**Public Concerné** Equipes de direction, responsables commerciaux, managers

**Durée de la formation** 7 heures



# Manager

## L'Excellence Service pour un accueil d'excellence

---

Lorsque l'enjeu est l'Excellence, les managers ont pour objectif d'aller plus loin que la cohésion d'équipe. Il s'agit essentiellement de fédérer l'ensemble des équipes pour qu'elles incarnent et transmettent l'Expérience Signature de votre établissement.

---

### Objectifs de la formation

- ◊ S'approprier une posture de Manager Leader de l'Excellence Service ;
- ◊ Développer l'engagement individuel et collectif pour un accueil d'excellence ;
- ◊ Renforcer les synergies collaboratives autour d'une vision et de valeurs communes.

### Éléments du programme

- ◊ Les principaux Soft Skills du Management d'Excellence et leurs impacts collectifs ;
- ◊ Le management différencié et les conditions de motivation individuelle et collective ;
- ◊ Le renforcement des relations personnalisées et l'évolution de la maturité des équipes ;
- ◊ La fédération des équipes autour de valeurs partagées ;
- ◊ L'apport des neurosciences et de la psychologie positive ;
- ◊ La formalisation d'un plan d'accompagnement collectif vers l'excellence service.

---

**Public Concerné** Managers opérationnels

**Durée de la formation** 14 heures



*Renforcer*  
**l'état d'esprit collectif  
de vos équipes**



---

Tout comme l'engagement collectif des équipes est la clé de l'Enchantement Client, le manager a aussi une influence déterminante en amont de cette Expérience, par la cohésion qu'il peut insuffler à ses équipes.

---

## Objectifs de la formation

- ◊ Mesurer l'influence du manager dans l'Expérience Client ;
- ◊ Travailler sur l'engagement des équipes pour créer un vécu émotionnel ;
- ◊ Coordonner une équipe soudée, synchronisée, capable d'enchanter chaque client.

## Éléments du programme

- ◊ L'ambiance et les valeurs communes de votre établissement ;
- ◊ La collaboration entre collaborateurs et le partage des bonnes pratiques ;
- ◊ La motivation et la progression des équipes ;
- ◊ Les « irritants opérationnels » pour optimiser le travail et les synergies ;
- ◊ Les fondamentaux du management différencié : besoins individuels et collectifs ;
- ◊ Le climat favorable pour animer une équipe capable d'enchanter les clients.

---

**Public Concerné** Managers opérationnels

**Durée de la formation** 7 heures



Collection 2

Promesse  
**Relationnelle**

Plus que pour l'Excellence de vos services, vos clients choisissent votre établissement pour sa Promesse Relationnelle privilégiée et unique. Vous saurez susciter une émotion authentique, qui restera gravée dans leur mémoire, grâce à ce qui ne semble être qu'un détail : une *petite* attention, une conversation *anodine*, la prise en compte d'un besoin *spécifique*...

ASFOPRESTIGE

*Manier*

**l'art de la conversation pour  
une relation client privilégiée**



---

L'authenticité d'une conversation simple et naturelle est le marqueur d'une véritable relation client privilégiée. Cet échange est un facteur essentiel de fidélisation, car aussi bref soit-il, il crée un lien unique et mémorable entre votre établissement et votre client.

---

## Objectifs de la formation

- ◊ Cultiver vos talents conversationnels afin de créer un lien avec chaque client ;
- ◊ Incarner la Promesse Relationnelle de l'établissement dans toutes vos interactions ;
- ◊ Renforcer l'Expérience client grâce à des conversations impactantes.

## Éléments du programme

- ◊ L'écoute active, clé de voûte de l'art de la conversation ;
- ◊ Le recueil et la mémorisation d'informations au cœur de la relation client ;
- ◊ L'équilibre entre choix des mots, attitude relationnelle, et temps de parole ;
- ◊ Le développement de la culture générale et de la créativité ;
- ◊ La capacité de jongler avec tous les sujets et de s'adapter à tous les publics ;
- ◊ Les techniques conversationnelles pour des échanges constructifs.

---

**Public Concerné** Equipes opérationnelles

**Durée de la formation** 7 heures

*Adapter*

## **voire Promesse aux nouveaux profils clients Prestige**

---

Dans un secteur en pleine mutation, vos établissements doivent faire face à un renouvellement des cibles, une transformation des codes, une évolution des attentes socialement plus engagées, et une digitalisation des modes de communication.

---

### **Objectifs de la formation**

- ◊ S'approprier les codes et attentes des nouveaux profils clients du luxe ;
- ◊ Développer votre créativité pour honorer votre Promesse Relationnelle ;
- ◊ Susciter l'émotion et créer du lien avec des canaux de communication digitaux.

### **Éléments du programme**

- ◊ Les consommateurs de luxe, plus jeunes, plus connectés, plus internationaux ;
- ◊ Les attentes clients pour un secteur prestige plus engagé socialement et plus vert ;
- ◊ La segmentation des offres pour une relation client – marque plus personnelle ;
- ◊ Les collaborations favorisant la diffusion de votre Promesse à de nouvelles cibles ;
- ◊ L'Expérience client plus authentique et plus engageante ;
- ◊ Le marketing d'influence au service du développement de votre marque.

---

**Public Concerné** Equipes opérationnelles

**Durée de la formation** 7 heures



# Maîtriser

## les codes d'une clientèle internationale

---

La prise en compte des codes et spécificités culturels de votre clientèle étrangère est essentielle pour garantir un service d'excellence. Quelles que soient ses origines, votre client doit se sentir attendu et compris.

---

### Objectifs de la formation

- ◊ Comprendre les différences culturelles et attentes de vos clients internationaux ;
- ◊ Adapter vos services pour satisfaire une clientèle exigeante et prévenir les conflits ;
- ◊ Fidéliser votre clientèle en tenant compte des spécificités et codes culturels attendus.

### Éléments du programme

- ◊ La France à travers les yeux de nos clients internationaux ;
- ◊ Les codes des différentes régions et nationalités du monde ;
- ◊ Les bons comportements à adopter et les « faux pas culturels » à éviter ;
- ◊ Les clés d'une communication efficace pour prévenir tout malentendu ;
- ◊ La gestion des plaintes et des chocs culturels ;
- ◊ La fidélisation des clients internationaux grâce à l'élégance à la française.

---

**Public Concerné** Equipes opérationnelles

**Durée de la formation** 14 heures



*Les* Détails  
font la per

&

n'est pa

fection



la  
Perfection  
s un détail

Léonard De Vinci

*Accueillir*  
**une clientèle intergénérationnelle**



---

Parmi vos nombreux enjeux, adapter votre Promesse Relationnelle à chacun de vos clients est central. Leur âge est notamment un élément clé du service pour répondre à leurs attentes et besoins spécifiques.

---

## Objectifs de la formation

- ◊ Comprendre les spécificités des clientèles junior ou sénior ;
- ◊ Optimiser l'accueil intergénérationnel par une meilleure compréhension des attentes ;
- ◊ Définir des stratégies opérationnelles favorisant la fidélisation de ces clients.

## Éléments du programme

- ◊ Les profils de la clientèle junior et sénior : attentes, valeurs, ... ;
- ◊ La personnalisation de l'accueil des juniors/séniors ;
- ◊ Les produits et services à développer pour favoriser la fidélisation ;
- ◊ Les demandes spécifiques : psychologie, émotions, « service d'antan », ... ;
- ◊ Les réponses à apporter aux principales objections ;
- ◊ L'implication des équipes auprès des clients juniors/séniors.

---

**Public Concerné** Equipes opérationnelles

**Durée de la formation** 7 heures



## Collection 3

# Culture Prestige

Excellence est collective. Elle naît d'une Culture et de valeurs partagées, incarnées au quotidien par l'ensemble de vos équipes, parlant d'une même voix. L'enjeu pour votre établissement consiste donc à coordonner et conjuguer la somme des talents qui composent vos équipes et ainsi diffuser votre Culture Prestige.

ASFOPRESTIGE

*Incarner*

**les codes de l'Excellence  
et du savoir-vivre**



---

En s'appropriant les codes du raffinement et les valeurs de l'Excellence Service, vos équipes deviennent les meilleurs ambassadeurs de votre image de marque. Le savoir-vivre est un code qui s'apprend et qui s'intègre.

---

## Objectifs de la formation

- ◊ S'approprier les codes du savoir-vivre à la française ;
- ◊ Anticiper les exigences implicites du client en matière d'élégance et de politesse ;
- ◊ Développer votre Culture Prestige auprès de vos équipes.

## Éléments du programme

- ◊ L'Excellence Service, l'étiquette, le protocole, le savoir-vivre et la galanterie ;
- ◊ Les codes à maîtriser dans les milieux prestigieux
- ◊ Les valeurs humaines associées au savoir-vivre ;
- ◊ Les attentes de la clientèle en termes de savoir-être du personnel ;
- ◊ Le langage, la conversation et la politesse verbale et non verbale ;
- ◊ Le bon comportement face au client : attitudes à adopter, erreurs à éviter.

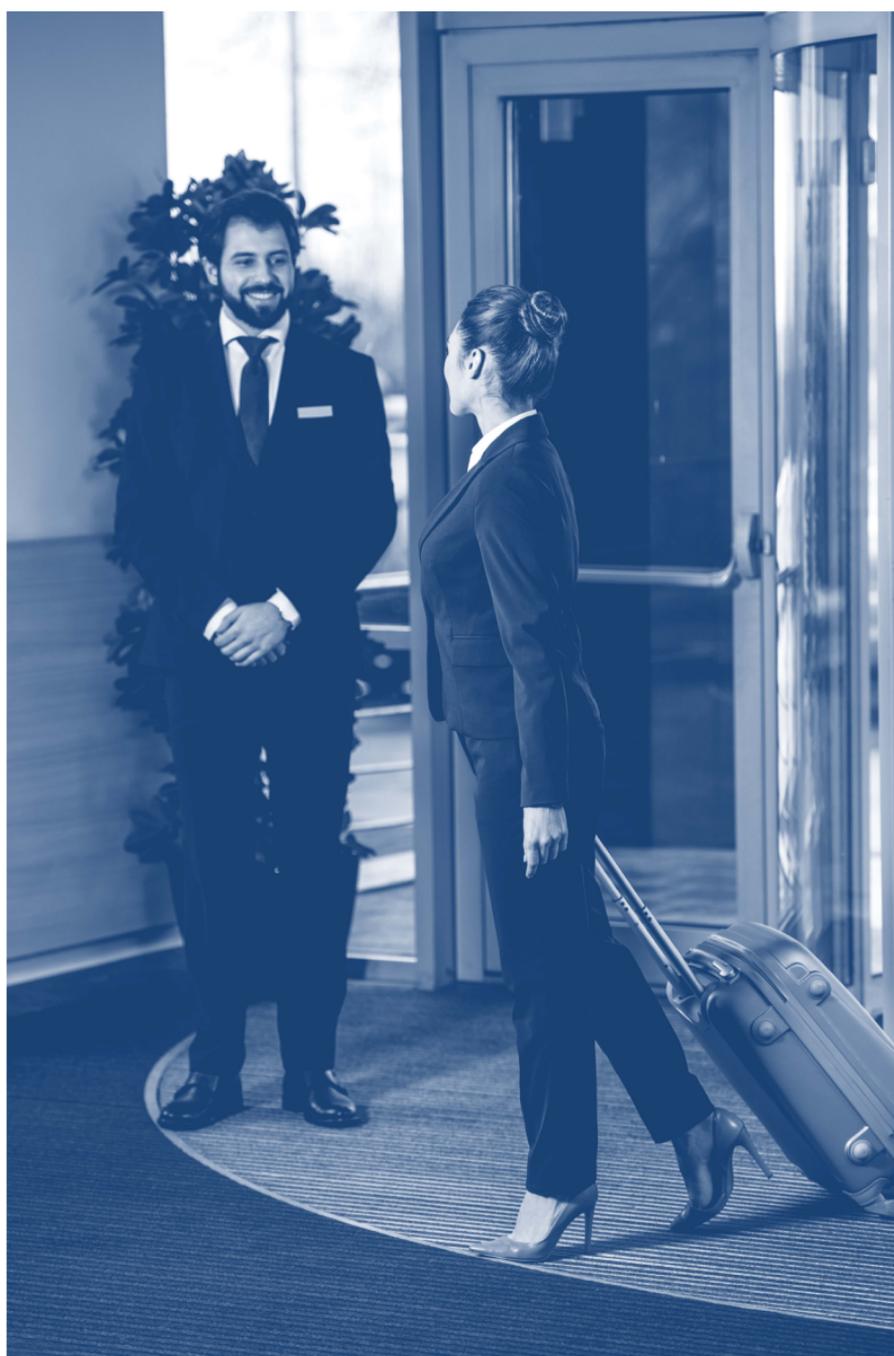
---

**Public Concerné** Equipes opérationnelles

**Durée de la formation** 7 heures

*Proposer*

**un service majordome en réponse  
aux exigences VIP**



---

Grâce à la cohésion de l'ensemble de vos équipes, bénéficiant des qualités d'excellence du majordome, votre établissement satisfait pleinement une clientèle toujours plus exigeante.

---

## Objectifs de la formation

- ◊ Déterminer les attentes et exigences d'une clientèle VIP ;
- ◊ Maîtriser les savoir-faire et les savoir-être du majordome ;
- ◊ Renforcer la Culture commune de l'Excellence au sein de votre établissement.

## Éléments du programme

- ◊ Le rôle, les valeurs et les qualités du majordome ;
- ◊ La discrétion et le respect du secret professionnel ;
- ◊ L'esprit de service et les règles du savoir-vivre et de la préséance ;
- ◊ La connaissance des protocoles internationaux ;
- ◊ La diplomatie et la satisfaction du client exigeant : l'art de ne jamais dire « non » ;
- ◊ L'héritage du majordome insufflé à tous les services.

---

**Public Concerné** Equipes opérationnelles

**Durée de la formation** 7 heures

# Représenter l'image de marque par l'image de soi

---

Par leur attitude, leur gestuelle, ou encore leur tenue reflétant l'image de marque de votre établissement, vos équipes garantissent vos engagements, votre Promesse de service et votre histoire.

---

## Objectifs de la formation

- ◊ Identifier et s'approprier le pouvoir de l'image, ses enjeux ;
- ◊ Intégrer les codes de la distinction et de l'élégance pour maîtriser son image ;
- ◊ Traduire et transmettre vos valeurs et votre Culture de marque par l'image.

## Éléments du programme

- ◊ La dimension esthétique et sensorielle dans la relation client ;
- ◊ Le savoir-être attendu par les clients selon la Promesse de votre établissement ;
- ◊ L'enjeu de représentation de l'image de marque par l'image de soi ;
- ◊ Le dress code professionnel : morphologie, colorimétrie, cosmétologie, ... ;
- ◊ Le langage des tissus, matières, motifs et imprimés et le rôle des accessoires ;
- ◊ L'expression corporelle : l'art de la communication non verbale.

---

**Public Concerné** Equipes opérationnelles

**Durée de la formation** 7 heures



# Developper

## vos stratégies de prévention et de gestion de crise

---

La réputation de votre établissement est un enjeu crucial que vous pouvez maîtriser grâce à l'élaboration de stratégies proactives face à un contexte de propagation de l'information toujours plus rapide et au règne de l'avis client.

---

### Objectifs de la formation

- ◊ Comprendre les mécanismes et les risques de développement d'une crise ;
- ◊ Prévenir et résoudre une crise grâce à des stratégies anticipées ;
- ◊ Transformer une situation de crise en opportunité de visibilité.

### Éléments du programme

- ◊ L'emballage médiatique et les conséquences sur votre établissement ;
- ◊ La psychologie web et le poids de la rumeur 2.0. ;
- ◊ La rapidité et la justesse nécessaires de la réaction ;
- ◊ Les outils de prévention de la crise ;
- ◊ La communication à adopter face à la propagation de l'information ;
- ◊ Le renversement d'une crise en opportunité de visibilité.

---

**Public Concerné** Equipes de direction, responsables communication, managers

**Durée de la formation** 14 heures





Collection 4

# Arts de la Table

Les Arts de la Table sont une philosophie de vie et une invitation au voyage. Ils réconfortent l'âme et nous imprègnent de vitalité. Ils parlent au corps comme au cœur de vos clients qui attendent d'être captivés, émerveillés, voire renversés par vos créations culinaires éveillant chacun de leurs sens.

ASFOPRESTIGE

*Sublimer*

## **L'Élégance service par les Arts de la Table et du Service**

---

Face à la concurrence, un service d'excellence est un atout indispensable pour faire la différence. C'est également un élément incontournable pour fidéliser la clientèle de votre établissement.

---

### **Objectifs de la formation**

- ◊ Intégrer les codes des Arts de la Table dans la gastronomie de prestige ;
- ◊ Mesurer l'impact de « l'élégance service » dans l'Expérience client ;
- ◊ Sensibiliser vos équipes aux détails qui font la différence en matière de service.

### **Éléments du programme**

- ◊ Les Arts de la Table, définitions, enjeux et perspectives ;
- ◊ Les règles et les protocoles du service à respecter ;
- ◊ Les formules de politesse à privilégier, prise de commande et présentation des plats ;
- ◊ Les attentes et la psychologie émotionnelle lors de la découverte des plats ;
- ◊ Les bons mots qui éveillent les 5 sens ;
- ◊ L'attention aux détails qui font la différence : gestuelle et élégance service.

---

**Public Concerné** Manager et équipes cuisine et salle

**Durée de la formation** 7 heures



*Mettre en scène*  
**le service grâce à la découpe  
et au flambage**



---

Quand les Arts de la Table deviennent un véritable spectacle éveillant tous les sens, le client vit une expérience qui lui donnera envie de revenir et de partager.

---

## Objectifs de la formation

- ◊ Valoriser le service en salle grâce à une mise en scène flamboyante ;
- ◊ Renforcer la qualité de service par une proximité chaleureuse et conviviale ;
- ◊ Transmettre une véritable émotion par la réalisation de ses gestes.

## Éléments du programme

- ◊ Les techniques de découpe et de flambage ;
- ◊ Les bons gestes pour une mise en scène irréprochable ;
- ◊ L'aménagement de la salle pour améliorer la visibilité ;
- ◊ La création d'une relation de proximité avec les clients ;
- ◊ Les attentes des clients : de la qualité conçue à la qualité perçue ;
- ◊ La fidélisation grâce à une animation de qualité en salle.

---

**Public Concerné** Chef, équipes de cuisine et de service

**Durée de la formation** 14 heures

*Apporter*  
**bien-être et vitalité  
à votre table**



---

Le cuisinier est l'architecte de la vitalité car il fournit la majeure partie de l'énergie acquise. Son rôle est donc déterminant dans l'Expérience heureuse des clients et leur bien-être.

---

## Objectifs de la formation

- ◊ Proposer une offre culinaire fondée sur des principes de vitalité et de diététique traditionnelle sino-japonaise ;
- ◊ S'engager vers une approche durable de l'acte de cuisiner ;
- ◊ Communiquer et réenchanter la nutrition-santé, par le plaisir de la table.

## Éléments du programme

- ◊ Les grands principes et points de vigilance du « manger vivant » ;
- ◊ Les règles de répartition : quantité, nature, texture, saveur, couleur, cuisson, ... ;
- ◊ La structure des prises alimentaires au cours d'une journée, d'une année, d'une vie ;
- ◊ La physiologie digestive, entre apports énergétiques et dépense postprandiale ;
- ◊ L'approche durable en cuisine : valorisation des ressources, bien-être en cuisine, ... ;
- ◊ La communication autour d'une offre actualisée.

---

**Public Concerné** Chef et équipes en cuisine

**Durée de la formation** 7 heures

# La Formation - Action

Les méthodes pédagogiques ASFOPRESTIGE offrent un rythme participatif à nos formations. L'alternance des temps théoriques et pratiques favorisent l'émergence des savoirs et leur meilleure intégration par les participants.

Véritables acteurs de leur formation, les participants alimentent les contenus du formateur par leur expertise et leurs expériences vécues. Cette formation devient la leur et accompagne ainsi leur changement de posture au service de l'Excellence Service.

Toutes nos formations sont assurées par des experts reconnus dans leurs domaines de compétences, en France et à l'étranger. La dimension opérationnelle et le sur-mesure demeurent au cœur de notre offre, entièrement flexible et personnalisable.

# La Touche Asfoprestige

**Afin de répondre au mieux à vos enjeux, nous vous proposons de personnaliser vos parcours de formations :**

- ◊ En amont, observer vos services pour définir ou affiner avec vous le diagnostic de vos besoins et ainsi vous proposer des modules sur-mesure, adaptés à vos problématiques, enjeux et objectifs ;
- ◊ En aval, accompagner la mise en oeuvre opérationnelle des plans d'actions définis collectivement en formation, ancrer les savoirs nouvellement acquis et autonomiser vos équipes.

---

**Pour recevoir des informations complémentaires, établir un parcours sur-mesure et obtenir un devis personnalisé, n'hésitez pas à nous contacter :**

**01 42 96 09 27 - [contact@asfoprestige.com](mailto:contact@asfoprestige.com)**



Collection Prestige

ASFOPRESTIGE

by Asforest

4, rue de Gramont 75002 Paris

01 42 96 09 27

[contact@asfoprestige.com](mailto:contact@asfoprestige.com)



[asfoprestige.com](http://asfoprestige.com)